

**PENDAMPINGAN DIGITALISASI UMKM WACONAS (WAJIK COKLAT NANAS)
SEBAGAI UPAYA PENGUATAN PEMASARAN PRODUK OLEH-OLEH KHAS KOTA
PRABUMULIH**

**DIGITALIZATION SUPPORT FOR THE WACONAS(WAJIK,CHOCOLATE,PINEAPPLE)
MSME AS AN EFFORT TO STRENGTHEN THE MARKETING OF SIGNATURE
SOUVENIR PRODUCTS FROM PRABUMULIH CITY.**

**Annisa Fitri Rahayu^{1*}, Siti Khodijah², Ayuni Veronica³, Kevin Ariansyah⁴,
M Dzakwan Fatullah⁵, Sahrul⁶, Viona Indriani⁷, Lili Kaina⁸**
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Palembang, Indonesia.
annissa945@gmail.com, lp2m@radenfatah.ac.id.

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat serta pengembangan produk lokal. Namun, masih terdapat pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk. Salah satunya adalah UMKM WACONAS (Wajik Coklat Nanas), yang merupakan salah satu produk olahan berbahan dasar nanas yang dapat dikembangkan sebagai oleh-oleh khas Kota Prabumulih. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM WACONAS dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi dan pemasaran. Kegiatan dilaksanakan melalui pendekatan pendampingan dengan melakukan observasi terhadap kondisi usaha, identifikasi permasalahan pemasaran, pemberian edukasi mengenai pentingnya digitalisasi, serta pendampingan dalam pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM WACONAS untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan calon konsumen, membangun identitas produk, serta meningkatkan daya saing di tengah perkembangan ekonomi digital. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan mahasiswa melalui program Kuliah Kerja Nyata dapat menjadi salah satu bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung pemberdayaan UMKM dan penguatan ekonomi lokal di Kota Prabumulih.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, WACONAS, Digital Marketing, Prabumulih, KKN

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting the community's economy and developing local products. However, some MSME actors still face challenges in utilizing digital technology as a means of product marketing. One of them is WACONAS (Wajik Coklat Nanas), a pineapple-based processed product that has the potential to be developed as a typical souvenir from Prabumulih City. This community service activity aims to assist WACONAS MSME actors in improving their ability to utilize digital technology as a promotional and marketing medium. The activity was carried out through a mentoring approach involving business observation, identification of marketing problems, education regarding the importance of digitalization, and assistance in utilizing digital media to introduce products to a wider market. The results indicate that digitalization provides opportunities for WACONAS MSMEs to increase product visibility, expand the reach of potential consumers, build product identity, and improve competitiveness amid the development of the digital economy. This activity demonstrates that student assistance through the Community Service Program can contribute to MSME empowerment and strengthen the local economy in Prabumulih City.

Keywords: : Digitalization, MSMEs, WACONAS, Digital Marketing, Prabumulih, Community Service

Article History:

Received	Revised	Published
24 Juli 2026	11 September 2026	15 September 2026

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki posisi penting dalam kehidupan ekonomi masyarakat. UMKM tidak hanya berperan sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat, tetapi juga menjadi sarana pengembangan potensi daerah melalui produk-produk lokal. Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat memberikan peluang baru bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha melalui pemanfaatan media digital. Era digital telah mengubah pola masyarakat dalam memperoleh informasi dan melakukan transaksi. Konsumen tidak lagi hanya mengandalkan toko fisik untuk mencari suatu produk, tetapi juga menggunakan media sosial, mesin pencarian, marketplace, dan berbagai platform digital lainnya. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi UMKM untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas tanpa harus mengandalkan pemasaran secara konvensional. Kota Prabumulih merupakan salah satu daerah di Sumatera Selatan yang memiliki potensi besar dalam pengembangan produk olahan berbahan dasar nanas. Kota ini dikenal sebagai salah satu daerah penghasil nanas sehingga berbagai produk makanan berbahan dasar nanas dapat dikembangkan menjadi produk unggulan daerah. Data penelitian mengenai UMKM berbahan dasar nanas di Prabumulih juga mencatat adanya produk wajik coklat nanas sebagai salah satu produk UMKM lokal. Salah satu produk yang memiliki potensi tersebut adalah WACONAS atau Wajik Coklat Nanas. Produk ini memadukan bahan lokal berupa nanas dengan olahan wajik dan coklat sehingga memiliki karakteristik yang dapat menjadi identitas kuliner daerah. Sebagai produk oleh-oleh, WACONAS mempunyai peluang untuk dipasarkan tidak hanya kepada masyarakat Prabumulih, tetapi juga kepada masyarakat luar daerah yang berkunjung ke Kota Prabumulih.

Namun, potensi produk lokal belum tentu secara otomatis menghasilkan perkembangan usaha. Salah satu faktor yang perlu diperhatikan adalah kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran. Berdasarkan kegiatan observasi dan pendampingan, digitalisasi pemasaran menjadi salah satu kebutuhan penting agar produk WACONAS dapat dikenal oleh masyarakat secara lebih luas. Permasalahan pemasaran menjadi semakin penting karena persaingan antarproduk makanan dan oleh-oleh semakin berkembang. Pelaku usaha perlu memiliki kemampuan untuk menampilkan produk secara menarik, memberikan informasi produk secara jelas, serta memanfaatkan media digital secara konsisten. Digitalisasi UMKM bukan hanya berkaitan dengan penggunaan media sosial, tetapi juga mencakup perubahan pola pemasaran dari sistem konvensional menuju pemasaran yang memanfaatkan teknologi. Penelitian mengenai transformasi digital pemasaran produk berbahan nanas di Prabumulih menunjukkan bahwa sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital dapat digunakan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam melakukan promosi produk melalui platform digital. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) menjadi salah satu sarana bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di perguruan tinggi secara langsung kepada masyarakat. UIN Raden Fatah Palembang dalam pelaksanaan KKN di Kota Prabumulih mendorong mahasiswa untuk memberikan kontribusi nyata melalui berbagai bidang, termasuk pemberdayaan UMKM dan pemanfaatan teknologi digital. Berdasarkan kondisi tersebut, mahasiswa KKN melakukan kegiatan pendampingan

digitalisasi terhadap UMKM WACONAS. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha memahami pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran sekaligus memperkuat keberadaan WACONAS sebagai salah satu produk oleh-oleh khas Kota Prabumulih. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai digitalisasi pemasaran, membantu memperkenalkan WACONAS melalui media digital, memperluas jangkauan promosi, serta mendorong peningkatan daya saing produk lokal di tengah perkembangan ekonomi digital.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang di Kota Prabumulih. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM WACONAS (Wajik Coklat Nanas) sebagai salah satu produk olahan lokal yang berpotensi dikembangkan menjadi produk oleh-oleh khas daerah. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan **partisipatif dan pendampingan langsung**. Pendekatan ini menempatkan pelaku UMKM sebagai mitra yang terlibat secara aktif dalam proses digitalisasi. Tahap pertama dilakukan melalui observasi terhadap kondisi UMKM dan produk WACONAS. Observasi bertujuan untuk mengetahui kondisi pemasaran, karakteristik produk, serta permasalahan yang dihadapi dalam memperkenalkan produk kepada konsumen. Setelah observasi dilakukan, mahasiswa mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran. Permasalahan tersebut kemudian menjadi dasar dalam menentukan bentuk pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai pentingnya digitalisasi dalam perkembangan usaha. Materi pendampingan diarahkan pada manfaat media digital dalam memperkenalkan produk, membangun identitas usaha, meningkatkan komunikasi dengan konsumen, dan memperluas jangkauan pasar. Mahasiswa memberikan pendampingan dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Pendampingan diarahkan agar produk WACONAS dapat ditampilkan secara lebih menarik dan informatif sehingga calon konsumen memperoleh informasi mengenai produk dengan lebih mudah. Tahap terakhir dilakukan dengan mengevaluasi pemahaman pelaku UMKM terhadap pemanfaatan media digital. Evaluasi dilakukan melalui diskusi dan pengamatan terhadap kemampuan pelaku usaha dalam melanjutkan kegiatan promosi secara mandiri.

Hasil dan Pembahasan

WACONAS merupakan singkatan dari Wajik Coklat Nanas yang memanfaatkan nanas sebagai salah satu bahan utama. Penggunaan nanas menjadi salah satu keunggulan karena Prabumulih memiliki identitas kuat sebagai daerah penghasil nanas. Pengembangan produk berbahan dasar nanas memiliki nilai ekonomi karena dapat memberikan nilai tambah terhadap hasil pertanian. Produk yang sebelumnya hanya dipasarkan dalam bentuk bahan mentah dapat diolah menjadi makanan dengan nilai jual yang lebih tinggi. Dalam konteks ekonomi lokal, WACONAS tidak hanya dapat dilihat sebagai produk makanan, tetapi juga sebagai bagian dari identitas kuliner daerah. Apabila dikelola dan dipasarkan dengan baik, WACONAS berpotensi menjadi salah satu pilihan oleh-oleh bagi masyarakat yang berkunjung ke Prabumulih. Pendampingan yang dilakukan mahasiswa KKN diarahkan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya digitalisasi pemasaran. Dalam kegiatan ini, mahasiswa memberikan pemahaman bahwa media digital dapat digunakan sebagai sarana untuk menampilkan foto produk, memberikan informasi mengenai produk, menyampaikan harga dan cara pemesanan, serta membangun komunikasi dengan konsumen. Strategi tersebut penting karena keputusan konsumen dalam membeli produk

secara daring sangat dipengaruhi oleh informasi dan tampilan produk. Oleh sebab itu, penyajian informasi WACONAS melalui media digital perlu dilakukan secara menarik, jelas, dan konsisten. Kegiatan pendampingan juga memberikan pemahaman bahwa digital marketing bukan hanya sekadar mengunggah foto produk, tetapi harus dilakukan secara berkelanjutan. Konten dapat berupa informasi produk, proses produksi, keunggulan bahan, kemasan, testimoni konsumen, serta informasi mengenai cara pemesanan. Digitalisasi juga memiliki hubungan erat dengan branding. Produk yang memiliki identitas yang jelas akan lebih mudah dikenali oleh konsumen. WACONAS memiliki keunggulan berupa keterkaitan dengan identitas nanas sebagai salah satu potensi daerah Prabumulih. Identitas tersebut dapat digunakan dalam strategi branding dengan menonjolkan unsur lokal, keunikan produk, kualitas, serta konsep sebagai oleh-oleh khas Prabumulih. Branding yang baik dapat membantu membedakan WACONAS dengan produk makanan sejenis. Selain itu, identitas produk yang konsisten pada media digital dapat meningkatkan daya ingat konsumen terhadap produk. Salah satu manfaat utama digitalisasi adalah terbukanya peluang untuk menjangkau konsumen di luar wilayah sekitar tempat usaha. Melalui media digital, informasi mengenai WACONAS dapat diketahui oleh masyarakat Prabumulih maupun masyarakat luar daerah. Hal tersebut memberikan peluang untuk meningkatkan jumlah calon konsumen dan memperluas pasar. Digitalisasi juga dapat mendukung perkembangan usaha apabila dikombinasikan dengan sistem pemesanan yang mudah, pelayanan konsumen yang baik, dan kualitas produk yang konsisten. Pengalaman kegiatan pengabdian lain di Prabumulih menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM dapat dilakukan melalui berbagai bentuk, seperti pemanfaatan QRIS, marketplace, foto produk, media sosial, hingga pemetaan lokasi usaha melalui Google Maps. Dengan demikian, digitalisasi WACONAS dapat dikembangkan secara bertahap sesuai kemampuan dan kebutuhan pelaku usaha. Kegiatan ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya berperan sebagai peserta KKN, tetapi juga dapat menjadi fasilitator dalam proses pemberdayaan masyarakat. Mahasiswa memiliki kesempatan untuk membantu pelaku usaha memahami perkembangan teknologi yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan ekonomi. Pendampingan dilakukan dengan bahasa dan praktik yang mudah dipahami sehingga pelaku UMKM dapat melanjutkan pemanfaatan teknologi secara mandiri. Peran tersebut sesuai dengan tujuan KKN sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Dalam pelaksanaan KKN UIN Raden Fatah di Prabumulih, mahasiswa diarahkan untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di perguruan tinggi sekaligus memberikan solusi terhadap persoalan masyarakat. Oleh karena itu, pendampingan digitalisasi UMKM WACONAS dapat menjadi bentuk sinergi antara mahasiswa, pelaku UMKM, perguruan tinggi, dan masyarakat dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal.



Gambar 1. Proses Wawancara Terhadap Pelaku Usaha WACONAS



Gambar 2. Mempromosikan Produk WACONAS melalui media sosial Instagram



Gambar 3. Mengenalkan Produk WACONAS melalui media masa SRIPOKU.COM

Kesimpulan

Pendampingan digitalisasi UMKM WACONAS (Wajik Coklat Nanas) merupakan salah satu bentuk kontribusi mahasiswa KKN UIN Raden Fatah Palembang dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kota Prabumulih. WACONAS memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk oleh-oleh khas daerah karena memanfaatkan nanas yang memiliki keterkaitan erat dengan identitas Kota Prabumulih. Digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM WACONAS untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan visibilitas produk, memperkuat branding, serta meningkatkan daya saing di tengah perkembangan ekonomi digital. Pendampingan mahasiswa dapat membantu pelaku UMKM memahami pemanfaatan teknologi digital sehingga pemasaran tidak hanya dilakukan secara konvensional. Keberlanjutan program sangat diperlukan agar proses digitalisasi tidak berhenti setelah kegiatan KKN selesai. Pelaku UMKM diharapkan dapat secara konsisten memanfaatkan media digital, memperbarui informasi produk, meningkatkan kualitas konten promosi, menjaga kualitas produk, serta mengembangkan sistem pemasaran yang lebih luas. Dengan adanya kolaborasi antara mahasiswa, UMKM, perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan masyarakat, produk lokal seperti WACONAS diharapkan dapat semakin dikenal dan mampu memberikan kontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal Kota Prabumulih.

Daftar Pustaka

- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2020). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB)*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Sununianti, V. V., Ekonugraheni, D. H., Alfatih, A., Mahriani, R., Sartika, D. D., Kurniawan, R., Masyitoh, M., & Yanti, M. (2025). Transformasi digital pemasaran serat daun nanas

sebagai pengembangan usaha mikro di Prabumulih. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(2).

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. (2026). *UIN Raden Fatah Palembang lepas mahasiswa KKN Angkatan ke-85 di Kota Prabumulih*.

Tribunnews Palembang. (2026). *Mahasiswa KKN Kelompok 34 UIN Raden Fatah bantu UMKM digitalisasi WACONAS, oleh-oleh khas Prabumulih*.